

Daftar Pusaka

- Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2016). The Impact Of Drugstore Makeup Product Reviews By Beauty Vlogger on Youtube Towards Purchase Intention By Undergraduate Students In Indonesia. *ISSN: 2528-617X*.
- Asmajasari, M. (1997). *Studi Periklanan Dalam Perspektif Kounikasi Pemasaran* (p. 1). Malang: UMM PRESS.
- Coursaris, C. K., & Van Osch, W. (2016). "Beauty Brands Versus Vloggers: Exploring The Effects Of Source Credibility On Information Adoption On Youtube". *Research-in-Progress Papers*.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Dewanti, R. (2010). Business Review Vol.1 No. 2. *Jurnal Binus*, 380-385.
- Dhestantya, Dhea. (2018). Pengaruh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap keutusan Pembelian Wardah
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen. Edisi kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen. Edisi kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis Pradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ishak, A. (2008). Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Siasat Bisnis*, 71.
- Iskandar. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitaif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Group.

- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran: Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth On Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing 15th Edition*. England: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. I. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Malik, P. D. (2012). Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3, No. 23.
- Matsunaga, M. (2010). How to factor-analyze your data right: do's, don'ts and how-to's. . *International journal of psychological research*, 97-110.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, A. (2005). *Strategi Jitu memilih Metode statistic Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Ohanian, R. (1990). "Construction and Validation of Scale to Measure Celebrity Endorsers Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness". *Journal of Advertising*. Volume 19, Number 3.
- Pixability. (2014). Retrieved May 16, 2018, from "How YouTube is Radically Transforming the Beauty Industry and What That Means for Brands": <http://www.pixability.com>.
- Prabowo, Y. W., Suharyono, & Sunarti. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli (Survei pada Pengunjung 3Second Store di Jalan Soekarno Hatta Malang) . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Rowley, J., & Dawes, J. (2000). "Disloyalty: A Closer Look at No-Loyals," . *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 17 .
- Schiffman, & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Method for Business A Skill Building Approach (5th Edition)*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley dan Sons.
- Sen, S., & Lerman, D. (2007). Why Are You Telling Me This? An Examination In to Negative Consumer Reviews On the Web. *Journal of Interactive Marketing Vol. 21 No. 4*.
- Shiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *consumer Behavior*. New York: Mc Graw Hill.
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, B. (2011). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitable*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). In *SPSS Untuk Penelitian* (p. 193). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2007). *Using Multivariate Statistic (5th ed)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tolson, A. (2010). "A new authenticity? Communicative practices on YouTube.Critical".

- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis edisi Kedua*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis edisi Kedua* . Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Waldt, D. V., Loggerenberg, M. M., & Wehmeyer, L. (2009). Celebrity endorsements versus created spokespersons in advertising: a survey among students. *South African Journal of Economic and Management Sciences*. Vol 12, No 1.
- Widayati, Tri. (2016). Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas dan Keahlian *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vaseline
- WZikmund, W., Babin, J., & Griffin, M. (2013). *Business Research Method*. South Western: Cengage Learning.